

台灣區農業暨食品電子商務協會

2021 年第 2 季季刊

最新消息

會議課程延後說明----p2

產業重大事紀

防疫宅居網購 美食、電腦成主力產品---p3

活動預告

線上直播-【數位行銷】電商網站×行動網站 SEO 精修班-----p4



台灣區農業暨食品
電子商務協會

發行單位：台灣區農業暨食品電子商務協會

理事長：陳發成

祕書長：賴啟仁

會址：台北市內湖區文湖街 20 號 7 樓 電話：02-27191289 傳真：02-2657-5808

網址：www.afeca.org.tw Email：afeca@foodchina.com 編輯：王健中

Facebook：http://www.facebook.com/afeca

(本刊每季發行乙期)

最新消息

- 原訂協會 7 月課程因疫情緣故延至 9 月起舉辦

最新課程時間如下

- 1 從國際到國內，網購消費市場趨勢與案例解析 9/28
- 2 耳朵裡的新浪潮：2021 聲音社群趨勢分析 10/12
- 3 FB&IG 常用活動行銷手法與社群吸引法 10/19
- 4 找網紅配合行銷之前的停看聽與應用分享 10/26

- 原訂協會 6 月理監事會議，因疫情緣故延至 10 月舉辦

時間地點另行通知

- 因疫情緣故，協會於食品展舉辦論壇順延

原訂 6 月 23 日至 26 日舉行的「台北國際食品系列展」，延至 10 月 6 日至 9 日舉行，協會將於 10 月 6 日下午 15:00，將於「台北國際食品展」大會舞台區將舉辦「2021 食品展電商論壇」

產業重大事紀

防疫宅居網購 美食、電腦成主力產品

2021/06/07 05:30

記者王憶紅／專題報導

國內武漢肺炎（新型冠狀病毒病，COVID-19）疫情嚴峻，全台在三級警戒下，無論已全面停課的所有學生，或是多數的上班族，幾乎嚴守「防疫宅居」生活，日常飲食、購物也都移轉到網購、外送平台，進而拉抬了電商平台的業績表現，而美食、電腦等 3C 產品則取代去年的防疫物資，躍居主力產品。

泡麵、米 今年網購最熱門

遠傳(4904) friDay 購物副董事長暨總經理杜偉昱表示，2020 年疫情高峰初期，民眾主力網購商品有約 75% 為民生耗品，例如口罩、衛生紙、尿布、酒精及消毒清潔用品等。經過了 1 年，此次台灣本土疫情較去年更嚴峻，也發現相較於去年，民眾主要網購趨勢趨向「品類更多元、選購更理性」。

美食類商品銷量 月增近 80%

首先，就以網站上的關鍵字搜尋而言，去年口罩、衛生紙為搜尋量、銷量之王，今年 5 月第二週，關鍵字搜尋前 10 名則超過半數為即食食品，包括泡麵、米、礦泉水等，以及能快速覆熱美食，像是經典牛肉麵，其中「泡麵」更為近期熱搜冠軍；搜尋量帶動買氣，美食類 5 月整體銷量，相較於去年同期成長 30% 以上，和前一個月相比更暴增近 80%。5 月第三週為全民開始嚴守居家防疫時期，美食類商品銷量買氣更較 5 月第一週高出近 3 倍。

電腦 3C 及電玩類商品銷量 月增 30%

除了美食類商品銷量明顯提升外。杜偉昱說，此次的疫情，遠距上班、上課成常態，也帶動筆電、平板、外接鏡頭等 3C 商品銷量提升。

而不能出門的日子，「宅娛樂」更顯得必要。杜偉昱表示，為了讓孩子宅居在家的生活不過於平淡無趣，同時達到運動效果，任天堂 Switch 遊戲主機、健身環及遊戲片等也成為 5 月份的人氣商品。電腦 3C 及電玩類商品 5 月整體銷量，較 4 月成長 30%，而買氣高點同樣落在第三週，銷量較第一週明顯增加近 40%。

神腦：筆電、平板 線上銷售增 4 倍

神腦則指出，疫情爆發後，整體筆電、平板等行動裝置銷售，在實體通路成長了將近 2 倍、線上成長將近 4 倍，遊戲類商品銷量也有提升。而相對於去年而言，其他口罩、清淨家電等防疫用品，並沒有持續性大量爆發，可能很多消費者都已經添購，相較之下較持平。

活動預告

線上直播-【數位行銷】電商網站×行動網站 SEO 精修班

活動時間

2021-08-15(日) 09:30 ~ 16:30

活動地點

台灣高雄市線上直播

相關連結

<https://www.accupass.com/event/2101260635221573319608>



電子商務協會